Nr. 41 Poznań, dnia 14 października 1931 Rocznik 12

PRZEGLĄD GRAFICZNY WYDAWNICZY I PAPIERNICZY

Tygodnik dla spraw przemysłu graficznego, wydawniczego, papierniczego i przemysłów pokrewnych

PRZETARG

WOJSKOWY INSTYTUT GEOGRAFICZNY

w Warszawie, Wilcza nr. 64

ogłasza przetarg nieograniczony na dostawę około

50 000 kg papieru mapowego

wysokowartościowego szmacianego, i półszmacianego, znormalizowanego, a to:

60% papieru mapowego szmacianego według $\frac{\text{P. N. W.}}{\text{Pm. 1-1, 2, 3, 4, 5}}$

i 40% papieru mapowego półszmacianego według $\frac{\text{P. N. W.}}{\text{pap - 3}}$

Normy powyższe nabyć można za zapłatą w Wojskowym Instytucie Geograficznym.

Oferty z napisem: „Przetarg nieograniczony na papier mapowy" opieczętowane i zalakowane z dołączeniem kwitu Centr. Kasy Państw. względnie Kasy Skarbowej na złożone wadjum w wysokości 3% od sumy oferowanej, należy składać w Wojskowym Instytucie Geograficznym, Warszawa, Wilcza 64 do dnia 26 października 1931 r. do godz. 10, w którym to dniu odbędzie się rozprawa ofertowa.

Oferty bez wadjum rozpatrywane nie będą.

Zastrzega się prawo zmiany ilości zakupywanego papieru, swobodę w ocenie i wyborze ofert, oraz w razie potrzeby przeprowadzenie przetargu ustnego.

O wyniku przetargu zostaną oferenci powiadomieni pisemnie.

Szef Wojskowego Instytutu Geograficznego
(—) Kreutzinger pułkownik

Niezbędny podręcznik dla przemysłu graficznego i papierniczego

KSIĄŻKA ADRESOWA

ZAKŁADÓW GRAFICZNYCH w RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

jest do nabycia w

HURTOWNI DRUKARSKIEJ

w POZNANIU

ul. Masztalarska 8 — Tel. 25-55

Cena egzemplarza dobrze oprawnego **3,— złote**

z przesyłką pocztową za poprzedniem nadesłaniem należytości na konto P. K. O. Poznań nr. 203.627 3,60 zł
za zaliczką pocztową 4,50 zł.

Książka powyższa zawiera szczegółowe informacje o wszystkich drukarniach i ich specjalnościach wytwórczych oraz spis czasopism w Polsce: okazała się niezbędnym informatorem dostawców dla przemysłu graficznego, kupców, podróżujących i wszystkich zainteresowanych dziedziną drukarstwa wzgl. papiernictwa.

Jeżeli druki rotograwurowe jedno i wielobarwne nie może Szanowna Drukarnia sama wykonać, to prosimy zwrócić się do nas.

Wzorowe urządzenia i wieloletnia praktyka ręczą za pierwszorzędne wykonanie.

Drukarnia Polska Sp. Akc.

w Poznaniu, św. Marcin 70.

Ceny kolegjalne z zapewnieniem rabatu.
Każde zapytanie traktować będziemy poufnie.

PRZEGLĄD GRAFICZNY

Organ Związku Organizacyj Przemysłu Graficznego i Wydawniczego w Polsce z siedzibą w Warszawie

Adres redakcji i administracji: Poznań, ul. Masztalarska 8 — Telefon 25-55 — P. K. O. Poznań, 202 868

Treść numeru

Komunikaty

Stowarzyszenia Zakładów Graficznych w Warszawie

Wypis praktykantów

dokonany przez Komisję Kwalifikacyjną przy Stowarzyszeniu Zakładów Graficznych w Warszawie.

W dniu 2-go maja 1931 r. otrzymali świadectwa z ukończenia nauki:

W przemyśle litograficznym: Garbarczyk Stanisław (maszynista litograficzny), Gołąbek Jan (maszynista), Myrcha Władysław (przedrukarz), Zagajski Zygmunt (przedrukarz).

W przemyśle fotochemigraficznym: Bałtowski Bolesław (trawiacz kreskowy), Imieliński Mieczysław Piotr (trawiacz kreskowy), Ołtarzewski Jan (fotograf kreskowy), Pasierbek Zygfryd (kopista), Ruszczyński Wacław (fotograf kreskowy), Sikorski Przemysław (trawiacz kreskowy), Vandalli Arkadjusz (trawiacz kreskowy).

W dniu 19 i 26 września 1931 r. otrzymali świadectwa z ukończenia nauki:

W przemyśle drukarskim: Anczarski Henryk (składacz), Boguś Kazimierz (składacz), Borzymowski Henryk (składacz), Domański Kazimierz (maszynista), Gajowiec Daniel (składacz), Jankowski Włodzimierz (maszynista), Jasiński Wacław (składacz), Jędrzejak Mieczysław Józef (składacz), Jędrzejczak Władysław (maszynista), Kasperkiewicz Roman (składacz), Kostarski Mieczysław (składacz), Luchciński Józef (maszynista), Mańkowski Romuald (składacz), Michniewicz Eugenjusz (składacz), Nagórski Antoni (maszynista), Nowicki Leon Szymon (składacz), Orzechowski Tadeusz (składacz), Rojewski Henryk (składacz), Skotak Stanisław (składacz), Skotnicki Władysław (składacz), Walczak Józef (maszynista), Witkowski Stefan (składacz), Wojciechowski Zbigniew (składacz), Wojciechowski Gracjan (składacz).

W przemyśle litograficznym: Kociszewski Wiktor (przedrukarz), Kaczyńska Dorota (rysowniczka), Skorupka Marja (rysowniczka).

W sprawie podatku obrotowego od wydawnictw własnych

otrzymaliśmy od Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism w Warszawie następujący w ważnej tej sprawie komunikat:

Pismem z dnia 3. 10. 1931 r. podaliśmy do wiadomości WPanom, iż okólnik Ministerstwa Skarbu z dnia 20. 7. 31 r. w sprawie opodatkowania drukarń wydawnictw perjodycznych został zdemontowany w nr. 39 wydawnictwa Ministerstwa Skarbu „Polska Gospodarcza“ z 26. 9. 31 r. oraz, że prof. Zawadzki, wiceminister Skarbu, obiecał potraktować przychylnie memorjał, złożony przez delegację Związku Wydawców.

Dziś do rąk naszych doszedł Nr. 27 Dziennika Urzędowego Ministerstwa Skarbu z dnia 30. 9. 31 r., w którem ten sam okólnik z dnia 20. 7. 31 r. L. D. V. 7342—4 opatrzony podpisem podsekretarza stanu w Min. Skarbu został wydrukowany, natychmiast więc zwróciliśmy się do Minsterstwa Skarbu po wyjaśnienie. Ze strony Departamentu Podatków otrzymaliśmy zapewnienie, iż okólnik ten będzie również odwołany w następnym numerze Dziennika Urzędowego Ministerstwa Skarbu, oraz że postulaty Związku Wydawców, zawarte w memorjale, doręczonym p. wiceministrowi Zawadzkiemu zostaną przez Ministerstwo Skarbu uwzględnione.

O uzdrowienie stosunków podbijania i obniżania cen

Ostatnie miesiące, jak to już na łamach czasopisma naszego wykazaliśmy, przyniosły z sobą dalsze zaostrzenie się położenia gospodarczego, co w konsekwencji ścisłej zależności od układu stosunków na własnym rynku wewnętrznym, pogłębiło specjalny kryzys przemysłu graficznego przez dalszy ubytek popytu na wszelkiego rodzaju druki oraz dalsze szerzenie się przykro odczuwanego groźnego objawu bezmyślnego podbijania i obniżania cen. Jeżeli w jakiejkolwiek dziedzinie, to właśne w przemyśle grafcznym dla partactwa cen najmniej doszukać można się jakichkolwiek uchwytnych choćby pozornie przyczyn, bowiem w porównaniu z innemi gałęziami

wytwórczemi, koszty produkcyjne w drukarstwie nie wiele się zmniejszyły. Główny materjał i surowiec przetwórczy „papier" nie wykazuje wydatniejszej obniżki cen zdolnej wywrzeć poważniejszy wpływ na potanienie gotowego produktu, również cena innych surowców jak farby, sprzętów, narzędzi, maszyn niezbyt spadła w swym poziomie a ostatnia 10-procentowa obniżka robocizny wobec niezmienionych w stosunku do zmniejszonych obrotów poszczególnych pozycyj kosztów ogólnych jak podatki, czynsz dzierżawy, procenta od pożyczek, świadczenia socjalne itd., o ile wspomnianych drobnych ulg nie wyrównują to w stosunku procentualnym je przewyższają. W czem szukać więc przyczyny spotykanych często niskich cen, stojących nietylko daleko niżej cennika, lecz nawet poniżej normalnych kosztów własnych. Logicznie rzecz biorąc, cena druków w porównaniu z rokiem ubiegłym, przy uwzględnieniu wyższych ogólnych szpezów, mogłaby być ewentualnie niższą o 5 do 10 proc. Różnica cen niższych, wyrównana być musi czerpaniem z substancji majątkowej właściciela drukarni, dopókąd jeszcze istnieje tego możność, czasem następuje już staczanie się po niebezpiecznej pochyłej.

W oświetleniu tych faktów zbytecznem chyba tłumaczyć, że cenami bezkalkulacyjnemi względnie stojącemi znacznie niżej normalnej lub możliwej kalkulacji wywołany deficyt musi być wyrównany a bankierami udzielającymi w tym wypadku bezterminowego kredytu są: w pierwszym wypadku i bezpośrednio, jak wspomnieliśmy już właściciel sam a następnie pośrednio jego dostawca i od tych logicznych następstw nie zdoła się nikt uchronić, nawet człowiek najszlachetniejszy i najsumienniejszy. Że obliczenia te są zgodne z rzeczywistością wystarcza przejrzeć listę insolwentów drukarskich choćby za ostatnie dwa lata. Przekonamy się, że upadłemi są przeważnie firmy znane z partactwa cen a resztę stanowią przedsiębiorstwa solidne i poważniejsze nawet, którym zgubna taktyka pierwszych wyrywając zlecenia, skłaniała również do obniżki cen dla utrzymania dawnych klientów a ostatecznie dla ubytku obrotów nie zdołały one oprzeć się noporowi zastoju i zmuszone były do zawieszenia swej egzystencji. Dokładne przejrzenie i zbadanie stanu bilansowego i masy upadłościowej przekona nas dalej, że upadłe przedsiębiorstwa partaczy cen, zależnie od ich rozmiaru, mimo dobrego do końca stanu zatrudniania, wykazują w stosunku do dostawców znacznie wyższe obciążenie niż zakłady graficzne oparte początkowo na zdrowych zasadach a które stały się ofiarą kryzysu i ubytku zatrudnienia, niezbędnego dla ich utrzymania. Stąd wniosek, że partacze cen nie zdołają ugruntować własnego bytu, lecz są szkodnikami całego przemysłu graficznego i podkopują egzystencję licznych solidnych przedsiębiorstw, z tej przeto racji ogół rdzennie zdrowych przedstawicieli drukarstwa, winien się pladze tej zawodowej corychlej przeciwstawić.

Pocieszmy się, że zjawisko wyżej naszkicowane nie spotykamy jedynie w Polsce, gdyż sąsiednie Niemcy z ich potężnym przemysłem graficznym walczą z analogiczną plagą a także w innych krajach dają się również we znaki podobne następstwa przelewającej się fali kryzysowej. W Niemczech, gdzie Związek przemysłu graficznego i właścicieli drukarń liczy 5969 członków i spoistość zespolenia organizacyjnego jest znacznie silniejsza, łatwiej zbiorowym wyczynem przeciwstawić się podobnie niepożądanym objawom. Stwierdzam jednak, że szerzące się tam bezgraniczne partactwo cen jest groźniejszem we własnych szeregach niebezpieczeństwem, niż skutki kryzysu, zastoju oraz zwiększający się ubytek obrotów. Na ostatnim tedy zjeździe delegatów wspomnianego związku, odbytym w dniu 12 września r. b. w Swinoujściu, kwestja zwalczania wspólnemi siłami partactwa cen, była tematem obszernego programowego referatu

Czechy w historji druku obrazów

Obok Francuza Jana de Printere z Antwerpji i Niemca Henne Kruze z Frankfurtu wymieniany bywa również jubiler Prokop Waldfoghel z Pragi, który około 1450 roku działał w Awignonie, jako jeden z pionierów w przedmiocie drukowania obrazów. Ten pierwszy dokumentarnie wspomniany wytwórca kart do gry (tailleur de molles de cartes) próbował zapomocą wyrzeźbianych z drewna modeli wyrabiać karty do gry, powielać inicjatywy w celu wymalowywania tychże i drukować wzory na suknie. Niedługo po nastaniu sztuki drukarskiej w Czechach — najstarszy druk czeski pochodzi z 1468 roku — powstały w Pilznie i Pradze (1487 r.) drukarnie. Odtąd stosowano w Czechach procederowo także drzeworyt w produkcji obrazów świętych Pańskich, kart do gry, kalendarzy i ornamentów. Druki te, które obliczone były na potrzeby ludzi pod względem sztuki niewybrednych, miały zaspakajać tylko najprymitywniejsze potrzeby przyozdobienia i pouczenia. Artystów w prawdziwem tego słowa znaczeniu wówczas nie było w Czechach, jako takiego wymienićby tylko można mistrza Wacława z Ołomuńca, który również przez długie lata pracował w Pradze. Pomimo faktu, że wiedza sztuki, jego sztychy, wyznaczane literą W, przypisywała błędnie więcej od nieg znanemu Michałowi Wohlgemuthowi, był on koniec końców jedynie uzdolnionym kopistą, który bardzo wiele kart sławnych mistrzów, pomiędzy innymi także pierwotne rysunki Dürera umiejętnie podrabiał.

Od 16. stulecia począwszy zaznaczył się w Czechach szczególnie wpływ Dürera. Sława i blask dworu praskiego za czasów cesarza Rudolfa II zachęcił wielu artystów do osiedlenia się w Czechach, mianowicie malarzy Sprangera i Jana z Akwizgranu. Sztuka miedziorytnicza miała zdolnego propagatora w Idzim Sadelerze, może najzdolniejszym przedstawicielu brukselskiej rodziny artystów tego nazwiska. On właśnie zaznajomił sztycharzy czeskich z techniką Dürera, Brueghela, Brillsa i Savary'sa, których dzieła pracowicie używał. Za czasów panowania Rudolfa II, Macieja i Ferdynanda II stał się „S. Caesareae Majestatis Sculbtore" (sztycharzem jego cesarskiego majestatu) i w tym charakterze tworzył przeliczne obrazy, posiadające wielką kulturalno-historyczną wartość. Pod względem artystycznym najbardziej znanym jest obraz „Madonna pomiędzy zwierzętami", o którym sztuka twierdzi, że wiele detalji tego obrazu za-

oraz wyczerpującej dyskusji. W wyniku przeprowadzonych obrad w specjalnej komisji oraz na plenum uzgodniono, że wdrożoną uprzednio już akcję tworzenia „wspólnot na podłożu koleżeńskiem" dla ochrony własnych interesów, prowadzenia jednolitej i uzgodnionej polityki cen, należy możliwie w tempie przyspieszonem wspólnemi siłami kontynuować i rozszerzyć. W tym celu zaleca się w miejscowościach, w których istnieje kilka drukarń powołać do życia „wspólnotę" lokalną opartą na wzajemnej umowie, uzgadniającej solidarne normowanie cen, obowiązujące wszystkich, którzy podpisali umowę. Zapytania, odbiorców lub instytucyj poszukujących „najtańszej" oferty, załatwia się za pośrednictwem „wspólnoty" bez uchybienia i szkody dla kogokolwiek. Tym sposobem, przy dobrej chęci możliwem będzie osiągnięcie cen zapewniających conajmniej minimum egzystencji, wejdzie się na drogę uporządkowania powstałego w ostatnim czasie chaosu, przyczem „wspólnota" ma być zarazem ochroną przeciwko licznym tym klientom, którzy wykorzystując nadwyraz przykrą sytuację, nawykli już do dyktowania wykonawcom-drukarzom głodowych cen. Zjednoczeni we „wspólnotach" koleżeńskich właściciele zakładów graficznych zdolni będą zrezygnować ze zleceń dających jedynie pracę bez godziwego i należnego zarobku. „Wspólnoty" lokalne skoncentrowane być mają w podobną instytucję powiatową a powiatowe w dzielnicową, zaś gęsta ich sieć, rozprzestrzeniająca się na cały kraj, zapobiec ma grozie szerzącego się partactwa cen i rozpanoszonej nieufności na polu kalkulacji i składania ofert. W miastach wielkich, zakłady graficzne poważnych rozmiarów, tworzyć mają odrębną „wspólnotę", pozostającą jednak w luźnym kontakcie z grupą właścicieli drobnych warsztatów pracy.

Projekt ten uwzględniający w najdalszej mierze potrzeby i warunki lokalne, mógłby uporządkować niezdrowe obecne stosunki na polu stosowania cen za prace drukarskie. Trzeba jednak ze względu na skomplikowany i czuły ten aparat odczekać czasu jak on rozwinąć się zdoła w praktyce życia i czy spełni powierzone doniosłej wagi zadanie, bowiem przy dodatnich, nie brak mu stron ujemnych, które odsłonić zdoła praktyka.

Dalszym środkiem do pożądanego celu, zalecanym przez wybitnych zawodowców na łamach niemieckiej prasy fachowej, ma być na zasadzie wykazanego szkolnictwa, ukrócenia partaczom cen, kredytu towarowego, utrudnianie dostawy surowców i to przy współdziałaniu firm produkcyjnych i dostawczych. Partactwo cen podważa jak wykazaliśmy egzystencję danego przedsiębiorstwa, bratnich placówek współzawodniczych, wychodzi na szkodę całego przemysłu graficznego i naraża na niechybne straty dostawców. Słusznem więc jest żądanie, ażeby dostawcy związani istnieniem z przemysłem graficznym zajęli w stosunku do partaczy cen w zakresie przyznawania kredytu odpowiednie stanowisko a wówczas spełnią dobry uczynek wobec siebie samych i uchronią w pewnej mierze od zgubnych następstw gros solidnych swoich odbiorców.

Biorąc pod uwagę na wstępie naszkicowane stosunki panujące w naszych szeregach, może nie byłoby od rzeczy pomyśleć również o odruchowej samoobronnej akcji przeciw najgroźniejszemu niebezpieczeństwu, jakie w obsłonie panującego kryzysu zagraża polskiemu przemysłowi graficznemu ze strony partactwa cen.

Więcej uczciwości wobec wierzycieli

Jeśli nasze życie gospodarcze nie ma popaść w zupełną, beznadziejną agonję, należy poddać rewizji nasze ustosunkowanie się wobec wierzycieli. Na tym stosunku bowiem zasadza się wzajemny kredyt, zaufanie, egzystencja i rozwój.

---

czerpniętych jest z najrozmaitszych rycin Dürera. Idzi Sadeler zmarł 1629 r. w Pradze. Wacław Hollar, który obok miedziorytnika Adama Elsheimera z Frankfurtu po wojnie trzydziestoletniej zyskał wielki rozgłos w Niemczech, urodził się 1607 roku w Pradze. Długie lata żył on na obczyźnie, odbywał dalekie podróże i zwiedził Afrykę i Amerykę. Zalety jego rycin (około 3000), pomiędzy któremi zachwycają szczególnie widoki miast, polegają na wiernem odtwarzaniu krajobrazu, na co kładł więcej wagi, aniżeli na stronę typograficzną. Poza tem ujawniają jego prace wpływ na jego sztukę wszystkich artystów, z którymi się zetknął podczas swego długoletniego życia (zmarł 1677 r. w Londynie). Jana van de Velde kopjował nieraz złudnie w stafaży, Dürera w drobnych szczegółach, które się podziwia w jego motylach, muszlach, głowach kocich i futrach. Od swego mistrza Meriana, od Elsheimera, a przedewszystkiem od van Dycka, dla którego „Ikonografji" był w Antwerpji czynny, bywał często wprost niewolniczo zależnym.

Także książę Ruprecht z Palatynatu, człowiek genjalny, jest, z powodu smutnego losu swego ojca, pobitego w bitwie na Białejgórze króla zimowego, związany z historją Czech przez swe urodzenie 1619 r. w Pradze. Około 1654 roku nauczył się od Ludwika z Singen, sztuki skrobania, tego doskonałego środka do powielania rysunków pastelowych i w tym przedmiocie stał się jednym z największych mistrzów. Jego uczniem był John Evelyn, przez którego nowy sposób upowszechniony został w całej Anglji.

Po trzydziestoletniej wojnie religijnej, gdzie nędza tego okresu przyczyniła się do masowej produkcji i tanie sztychy zajęły miejsce kosztownych malowideł, miedzioryt w porównaniu do niemal zaniedbanego drzeworytu wytwarzał w każdym razie doskonałe dzieła. Z pośród sztycharzy pod koniec 17. stulecia, którzy mianowicie imali się sztychu portretowego, jako najbardziej podatnego do uwiecznienia sławnych osobistości i ten sposób posunęli na wyżynę artystyczną, zasługują na wyróżnienie Niemiec Jerzy Brickhardt i holenderczyk de Groos. W pierwszych trzydziestu latach 18. stulecia żyli w Pradze i w kilku innych miastach czeskich krajowi i obco narodowi sztycharze, którzy u szlacheckich mecenasów sztuk pięknych znaleźli korzystne zatrudnienie. Bardzo poszukiwane były sztychy Niemca Renza i Włocha Montalegre. Sławę obydwóch odziedziczyła rodzina artystów Balcerów, która rozwinęła w całym kraju ożywioną działalność aż do przełomu 18-go stulecia.

Niema przedsiębiorstwa, niema handlu i przemysłu, któreby nie korzystało i odwrotnie, nie udzielało kredytu. Kredyt jest promotorem życia gospodarczego.

Coraz częstsze są wypadki niewypłacalności dłużników, skargi sądowe, licytacje. To zapadanie się warsztatów pracy odbywa się z reguły na koszt wierzycieli. Doświadczenie poucza, że w wielu wypadkach nie doszłoby do zastanowienia wypłat, gdyby kierownictwo zakładu odznaczało się większą dozą uczciwości i przezorności. To też naogół przedsiębiorstwa takie wzbudzają w kołach interesowanych rozgoryczenie i mało wzbudzają współczucia oraz chęci współpomocy.

Istnieje wprawdzie droga ratunku upadającej firmy, bądź to drogą sądowego nadzoru lub dobrowolnej umowy z wierzycielami. Rzadko jednak się zdarza, by środki te okazały się uzdrawiającemi, i schorzała placówka wróciła znów do organizmu społecznego jako zdrowa komórka gospodarcza. Skoro bowiem po chwilowem zrównoważeniu, stary system gospodarki w dalszym ciągu uprawiać będzie swe praktyki, to w rzeczywistości nie będzie to uzdrowieniem, lecz żerowaniem w dalszym ciągu na koszt wierzycieli.

Dużem złem, które tyle szkód powoduje w przemyśle graficznym, to kiepska kalkulacja. W ostatnich czasach stała się podkalkulacja chorobą nagminną. Często brak wszelkiej orjentacji w kosztach produkcji jest tego powodem. I tak idzie z miesiąca na miesiąc, i wlecze się to nieszczęście, aż finałem jego ... niewypłacalność. —

Zalecałoby się zatem, by wierzyciele wchodzący w umowę z dłużnikiem, zastrzegli sobie wgląd w reorganizację zakładu, mająca postawić zakład na nogi. Inaczej na nic się zdadzą wszelkie ustępstwa, po których wkrótce przyjść może większe jeszcze rozczarowanie i wciągnięcie życzliwych wierzycieli w sytuację bez wyjścia.

Czy uczniów w przemyśle graficznym należy zgłaszać do Funduszu Bezrobocia i składki za nich opłacać?

Nie! Tak nas poinformował Zarząd Obwodowy Fundusz Bezrobocia w Poznaniu. — Odnośny przepis prawny przewidywał pierwotnie, że wolni od opłat na fundusz bezrobocia są tylko uczniowie, zarejestrowani w Izbach Rzemieślniczych, nie mówiąc nic o uczniach przemysłowych. Obecnie Państwowy Urząd Funduszu Bezrobocia zrównał z uczniami rzemieślniczemi także uczni przemysłowych, którzy uczą się w zakładach, należących do Korporacyj, utworzonych w danych przemysłach.

Rozmaitości

W sprawie odsetek zwłoki w płaceniu składek na rzecz Funduszu Bezrobocia. Izba Przemysłowo-Handlowa w Poznaniu komunikuje: Dnia 24 czerwca r. b. Związek Izb Przemysłowo-Handlowych R. P. odniósł się do Ministerstwa Pracy i Opieki Społecznej z wnioskiem o obniżenie odsetek za zwłokę od zaległych składek na rzecz Funduszu Bezrobocia z obecnej wysokości 2% miesięcznie do poziomu pozostałych odsetek za zwłokę od zaległych składek na rzecz ubezpieczeń społecznych.

W odpowiedzi na ten memorjał Ministerstwo Pracy i Opieki Społecznej pismem nr. 4479/IV wyjaśniło, że z uwagi na obecną sytuację w przemyśle, Zarząd Główny Funduszu Bezrobocia prawie we wszystkich wypadkach wymierza od zaległych wkładek odsetki ulgowe, t. j. w wysokości 1% i, że jedynie względem notorycznie opornych płatników wkładek zabezpieczeniowych są stosowane odsetki w wysokości 2%.

Zgon wybitnego malarza i grafika. W Londynie dnia 7. b. m. zmarł, przeżywszy 53 lata, znakomity malarz i grafik irlandzki sir William Orpen, prezes międzynarodowego stowarzyszenia malarzy, zeźbiarzy i grafików. Orpen wsławił się głównie portretami osób ze sfer arystokracji angielskiej oraz swym obrazem p. t. „Podpisanie traktatu pokojowego“, wystawionym po raz pierwszy w r. 1920 w Royal Academy.

Szkoła fachowa dla mistrzów drukarskich w Monachjum. Jak wiadomo, istnieje w Monachjum niemiecka szkoła dla mistrzów drukarskich, która cieszy się dużem poparciem sfer przemysłu graficznego, lecz niemniej także tych działów produkcji ściśle istnieniem swem z grafiką zespolonych oraz organizacyj fachowych tak właścicieli zakładów graficznych, jak pracobiorców. W szkole tej, dysponującej wspaniałym własnym gmachem, w dalszej rozbudowie działów nowoczesnej grafiki, wyżej wspomnianemi wspólnemi siłami przy finansowem poparciu także ze strony ministerstwa kultury i oświaty, ufundowano nowy dział dla rotograwury, druku wklęsłego, zaopatrzony w urządzenia techniczne ostatnich na polu tem zdobyczy.

Stała wystawa druków propagandy i reklamy w Berlinie. Niemcy, krocząc śladami zagranicy, zwłaszcza Ameryki i Anglji roztaczają we wszystkich ważniejszych dziedzinach wytwórstwa i handlu coraz szerszą akcję propagandy i reklamy, opartej na naukowych badaniach oraz doświadczeniach psychotechnicznych. W związku z tem rozwija się na terenie Niemiec, przedewszystkiem w stolicy jej w Berlinie i ważniejszych centrach życia przemysłowego i handlowego specjalny w przemyśle drukarskim dział grafiki propagandowo-reklamowej, zwanej także „grafiką użytkową“, około której potworzyły się już specjalne związki i zrzeszenia tak ze strony właścicieli zakładów graficznych jak pomocników drukarskich specjalizujących się w tym dziale. W połowie września rb. otwarta została w Berlinie w centrum miasta stała wystawa wszelkiego rodzaju druków propagandy i reklamy. Wystawa obejmuje gotowe w użytku będące środki i sposoby reklamy przy wyzyskaniu grafiki oraz rysunki, wzory i projekty, będące zastrzeżoną własnością członków wspomnianych zrzeszeń. Dekoracje i eksponaty tej stałej wystawy propagandy dla propagandy zmieniane będą regularnie w odstępach miesięcznych. Z wystawą połączoną jest czytelnia czasopism fachowych. Zwiedzanie wystawy, korzystanie na miejscu z bibljoteki oraz poradni fachowej w zakresie zagadnień propagandy i reklamy jest bezpłatne. Wystawa ta spotkała się w kołach gospodarczych z dużem zainteresowaniem.

Wiadomości z firm

Drukarnia Polska S. A. w Poznaniu. Walne Zebranie Akcjonarjuszy odbędzie się dnia 5-go listopada r. b. o godzinie 12-tej w południe w lokalu Spółki w Poznaniu, przy ulicy św. Marcin 70.

Walne Zebranie Akcjonarjuszy „Pomorskiej Drukarni Bolniczej“ w Toruniu, odbędzie się dnia 31 października 1931 r., o godzinie 11-tej w Toruniu, w lokalu Spółki przy ulicy Bydgoskiej 56.

Zakłady Litograficzne, St. Sierpiński w Poznaniu. Sąd Grodzki w Poznaniu wdrożył z dniem 23 września 1931 r., firmie St. Sierpiński postępowanie upadłościowe.

Wierzytelności należy zgłaszać w tutejszym Sądzie do dnia 20. 11. 1931 r.

PRZEGLĄD WYDAWNICZY

Organ O. P. Polskiego Związku Wydawców Dzienników i Czasopism

Prasa prasy

(Ciąg dalszy z nr. 40).

Rozrost liczebny prasy powodował poza stałemi regularnie wydawanemi już w Anglji katalogami, konieczność stałego rejestrowania jej treści.

Pierwsze poczynania w tym kierunku zrobił jeden z właścicieli i kierowników istniejącego w Londynie, już od r. 1851 jak podają jego blankiety firmowe, biura wyciągów treści i wycinków gazet i czasopism — Romeike.*)

Próbą tą był istniejący od dn. 2. 10. 1886 r. do dnia 24. 8. 1889 roku biuletyn p. t. Romeike's Register...

W cztery lata później podobne wydawnictwo podjął Courtice, zdaje się, naówczas już wspólnik Romejki, współfirmowiec owego biura wycinków. Wydawnictwo to miało tytuł: Index and Register of Periodical Literature. Istniało tylko w pierwszym kwartale roku 1893.

Wreszcie w dziedzinie rejestracyjnej prasy angielskiej wspomnieć można o zapoczątkowanem i zaledwie przez 5 miesięcy wydawanem czasopiśmie — przewodniku — informatorze p. t. The Monthly Guideto Periodical Literature.

Mimochodem wzmianka o piśmie projektowanem w tym czasie w Londynie, a mającem na celu, zdaje się, zwalczanie informacyj prasowych w wycinkach i wyciągach. Pismo to miało wychodzić p. t. Anti-Cutting Record w roku 1895.

W innych krajach Europy przed r. 1900 tylko w Niemczech, Belgji, Holandji i Francji zjawiła się pewna ilość wydawnictw poświęconych sprawom bądź zawodowym dziennikarskim, bądź też wydawniczym, bądź jednym i drugim, bądź wreszcie zawodów i przemysłów z prasą związanych a także wydawnictwa perjodyczne w zakresie podjętych już badań nad przeszłością prasy. Natomiast w innych krajach zauważyć się zaledwie daje jakby dopiero kiełkowanie myśli wydawniczej w tych kierunkach (np. w Szwajcarji i Rumunji).

Poza Europą tylko w Ameryce rozpoczęty przed r. 1880 ruch wydawniczy w prasie prasy — daje żywsze oznaki, podobne do tych, jakie widzieliśmy w Anglji. Dla przykładu wspomnieć można poza wymienionemi wyżej dwie publikacje: Newspaperclom z r. 1892 w N. Jorku i Readers Guide te Periodical Literature (miesięcznik).

W Szwajcarji dopiero w r. 1883 założony związek prasy projektuje wydanie almanachu prasy szwajcarskiej. Myśl ta przybiera formę realną w trzynaście lat później pod postacią jejednorazowego wydawnictwa zbiorowej księgi o prasie szwajcarskicj, a stałe wydawnictwo almanachowe zjawia się jeszcze później (po r. 1900) pod postacią roczników prasy szwajcarskiej.

We Włoszech dopiero około r. 1898 rozpoczęło wydawać wspólnie 10 tamtejszych organizacyj dziennikarskich rocznik prasy włoskiej oraz miesięczny biuletyn informacyjny z życia związkowego.

W Niemczech już w r. 1884 powstaje organ aspirujący do obrony międzynarodowej interesów sfer wydawniczych gazetowych pod nazwą „Internationale Vereinszeitung des Schutzvereins der Zeitungsverleger und anderer Interessen. Założony w Dreźnie-Laubegast wychodzi do r. 1921.

W r. 1899 zjawia się czasopismo fachowe i ofertowe dla dziennikarzy, pisarzy, ilustratorów i wydawców w Erfurcie i wychodzi w Lipsku p. t. Literarische Praxis.

W rok później, t. j. w r. 1900 zaczęło wychodzić w Berlinie p. t. „Der Autor", czasopismo bezpłatne, wydawane przez organizację obrony praw własności autorskiej „Urheberschutz", a przeznaczone obronie interesów pisarzy, dziennikarzy, artystów i wydawców.

Pod tym samym tytułem istniało w Wiedniu inne czasopismo, poświęcone obronie interesów pisarzy i dziennikarzy.

Pozatem od r. 1888 mieli literaci, pisarze i artyści austrjaccy własny organ p. n. „Allgemeine Künstler- und Schriftsteller-Zeitung" również w Wiedniu, a od r. 1898 pisarze niemieccy w Austrji, zrzeszeni w swoim Związku wydawali własny biuletyn p. t. Mitteilungen der deutsch-oesterreichischen Schriftsteller - Genossenschaft.

W r. 1899 w Berlinie założył Związek prasy robotniczej własny biuletyn p. t. Mitteilungen des Vereins der Arbeiterpresse.

O dwa lata wcześniej powstał biuletyn mający na celu obronę i krzewienie prasy katolickiej. Założycielem i wydawcą tego biuletynu p. t. „Augustinusblatt" był związek „Augustinerverein" w Düsseldorfie w r. 1897.

Wreszcie na zanotowanie osobne zasługuje fakt, że już ok. r. 1890 założyciel muzeum prasowego w Akwizgranie bar. Forkenbeck wystąpił z inicjatywą wydawania specjalnego czasopisma poświęconego badaniom dziejów prasy p. t. „Das Zeitungsmuseum"

Osobno pozatem wspomnieć można przynajmniej o najważniejszych z pośród wydawanych w tym czasie dawniejszych i nowszych czasopism drukarsko-graficznych, księgarskich i papierniczych oraz poświęconych sprawom reklamy, — jako osobną grupę wydawnictw w prasie prasy w Niemczech i w Austrji uwzględniającą w większym stopniu sprawy prasy...

Obok założonych przed r. 1880 takich wydawnictw jak „Börsenblatt für den

---

*) Prawdopodobnie pochodzenia polskiego, może emigrant lub syn emigranta ze znanej w Polsce rodziny Romejków. (Przyp. autora).

deutschen Buchhandel" (od r. 1834) i „Archiv für Buchgewerbe" (od 1863) — w Lipsku, „Anzeiger für Druckereien" we Frankfurcie n. M. (od r. 1874), „Papier-Zeitung w Berlinie (od r. 1876) powstały „Zeitschrift für Deutschlands Buchdrucker" w Lipsku w r. 1893 „Der Typograph" w Berlinie w r. 1891 „Deutscher Buch- und Steindrucker" tamże w r. 1894 oraz tak specjalne jak: „Der Cliché-Lieferant" w Berlinie i Wiedniu, jako organ fachowy informacyjny dla zakładów graficznych drukarń i wydawców gazet, lub „Cliché-Anzeiger" tamże w tym samym czasie i parę innych tego rodzaju, a nadto „Deutsche Inseraten-Zeitung" w Kolonji n. R. od r. 1892 „Goldener Boden" (pośw. sprawom propagandy) — w Berlinie od r. 1900, „Propaganda" również w Berlinie od roku 1898 (pośw. reklamie, ogłoszeniom i dziennikarstwu), oraz dwa wydawnictwa p. t. „Reklame" (jedne w Berlinie a drugie w Wiedniu).

Pominąć tutaj trzeba specjalne jeszcze kategorje publikacyj, które są do pewnego stopnia również prasą dla prasy. Są to biuletyny różnych ajencyj i biur korespondencyjnych, które w tym czasie rozwinęły się bardzo licznie w Niemczech i w innych państwach.

Niejeden z tych biuletynów, zawierających informacje i artykuły dla prasy — był w znacznym stopniu formalnie nawet gazetą lub czasopismem zależnie od ilości i treści materjału informacyjnego jaki zawierał w sobie oraz od tego, jak często był wydawany.

Uzupełnić pozatem można rzut oka na prasę prasy w Niemczech i Austrji zaznaczeniem, że próby stałych publikacyj rejestrujących prasę uwieńczył rezultat tutaj względnie najpomyślniejszy. Poza stale co roku wydawanemi kilku katalogami powstało tam wydawnictwo perjodyczne bibljograficzne, rejestrujące osobno treść gazet i osobno czasopism i t. p.

W sąsiedniej z Niemcami Belgji w r. 1890 powstaje w Brukseli: p. t. Union de la presse périodique belge — biuletyn kwartalny i rocznik, jako organy noszącego tę samą nazwę Związku prasy belgijskiej. Istnieje dotychczas.

W Holandji również w ostaniem dziesięcioleciu kończącego się wieku XIX zakładają sfery dziennikarskie zrzeszone w Niederlandsche Journalistenkring własny biuletyn miesięczny p. t. „De Journalist" istniejący dotychczas.

W Rumunji istniał już w roku 1890 projekt wydawania organu mającego na celu obronę dziennikarstwa. Dowodem tego wydany wówczas jeden numer tego organu pod nazwą „Dziennika prasy" (Ziarul presse*).

We Francji było od r. 1884 do 1900 parę prób stworzenia publikacji stałych perjodycznych o prasie.

Próba rejestracji organów prasy w stałem wydawnictwie, zaczęta w roku 1882, utrwaliła się w stałem wydawnictwie „Rocznika prasy francuskiej i zagranicznej oraz świata politycznego" (Annuaire de la presse française et étrangère et du monde politique), istniejącego dotychczas. Sprawę publikowania rejestracji treści wydawnictw prasowych rozwiązało częściowo biuro wycinków „Argus de la presse" wydając już wówczas wykazy treści dzienników urzędowych (Argus de officiel) jak również gospodarczo-finansowych.

W r. 1888 organizacja pracy republikańskiej w Paryżu zaczęła wydawać czasopismo profesjonalne p. t. La presse républicaine.

W r. 1894 zaczął wychodzić biuletyn zawodowy miesięczny Syndykatu dzienników i publikacji perjodycznych p. t. La presse française periodique.

Drukarstwo, związane z prasą rozporządzało w tym czasie również pewną liczbę własnych organów, poruszających sprawy prasy. Dla przykładu zanotować można z tytułów: Anomaire de l'imprimerie od r. 1892, Bulletin de la Chambre Syndicale typographique — od r. 1834 i L' Imprimerie Française od r. 1881.

Najważniejszą i najpoczytniejszą imprezą wydawniczą w ówczesnej prasie prasy we Francji było podjęcie „ilustrowanego przeglądu półmiesięcznego" pod tyt. La Presse Internationale, jako rzecznik stowarzyszeń i innych organizacyj prasowych (organe des assotions et cercles de presse).

Wydawnictwo to zaczęło wychodzić w roku 1898 pod redakcją naczelną Maksymiljana Serpeille'a oraz pod dyrekcją artystyczną Maurycego Feuillet'a.

Było to pierwsze czasopismo, w którem znajdowała odbicie chwila bieżąca życia prasy w jej organizacjach wszystkich krajów (korespondencja w dziale osobną stanowiącym całość pod tyt. Bulletin des Associations — Vereinsnachrichten — Bolletino del Asociazione-Press-Glubs News, oraz ważniejszych wydarzeń w których prasa czynny wydatny udział brała, a także pewne monograficzne jakby obrazy wielkich dzienników i czasopism oraz prasy całych narodów, informacje bibljograficzne, życiorysy wybitnych dziennikarzy, redaktorów i inne ciekawe przyczynki aktualne i z dni minionych prasy...

Wydawnictwo to, rozpoczęte nieomal jednocześnie z przygotowaniami do urządzonego wówczas V-go kongresu międzynarodowego prasy w Lizbonie, stało się odrazu łącznikiem między zrzeszoną w swych organizacjach prasą wszystkich narodów, organem międzynarodowego jakby porozumienia prasy, a zarazem zapoczątkowaniem dalszych wydatniejszych niż do tego czasu poczynań w prasie prasy następnego 30-lecia jej istnienia, t. j. w ciągu pierwszych trzech dziesiątków lat naszego stulecia.

(Ciąg dalszy nastąpi)

Prasa i ogłoszenia

W Ameryce, gdzie koszt wyprodukowania jednego egzemplarza dziennika wynosi 9 ct., numeru zaś świątecznego 27 ct., egzemplarz ten nabyć można za 2—3 centy, o ile chodzi o pismo poranne i 3 ct. o ile chodzi o wieczorne. Ponieważ prasa opiera się tam nie na prenumeracie, lecz na kolportażu, kolporterom zaś pismo ustępuje 35—50% rabatu, więc faktycznie wydaw-

*) Według bibljografji prasy J. Bianu — Bukareszt 1913.

nictwo dodaje do każdego sprzedanego numeru 7—8 ct., do świątecznego zaś trzy razy tyle. Ponieważ z drugiej strony, wydawcy amerykańscy podarunków nikomu nie robią, a przeciwnie chodzą bardzo dobrze koło swoich interesów, więc koszta wydawnictw pokrywają ogłoszenia, dające wydawcom krociowe zyski.

Innemi słowy w Ameryce utrzymują prasę przemysł i handel, rozumiejące doskonale znaczenie i potrzebę reklamy i łożące na nią olbrzymie sumy (dość powiedzieć, że stronnica ogłoszenia w większym amerykańskim dzienniku kosztuje 7 000 dolarów) nie w celach poparcia ojczystego piśmiennictwa, lecz dlatego, że to się opłaca, daje zyski. Ściśle rzecz biorąc, przy takim stanie rzeczy, jaki się wytworzył w Ameryce, istnieje sprzeczność pomiędzy interesami dzienników, a ogłaszających się w nich. Dla dziennika jest korzystnie drukować jaknajmniej egzemplarzy i mieć w nich jaknajwięcej ogłoszeń, dla ogłaszających się, aby dziennik miał jaknajmniej ogłoszeń, a żeby rozchodził się w jaknajwiększej ilości egzemplarzy. Uczciwość kupiecka nakazuje przecie dziennikowi dążyć do sprzedaży jaknajwiększej ilości egzemplarzy, gdyż rozumie, że ogłoszenia są rodzajem premjum, wypłacanem za sumienne i umiejętne prowadzenie dziennika, czego miarą jest jego poczytność.

Wydawnictwa umieją również godzić własny interes z interesem licznych biur ogłoszeniowych i jedno i drugie kwitnie finansowo.

Jeżeli od stosunków amerykańskich zwrócimy się do rodzimych, to naogół okaże się, że pisma sprzedają swoje numery taniej, niż wynosi koszt własny, i że i u nas różnice opłacają ogłoszenia, ale z ogłoszeniami jest źle. Pisma przeważnie nie umiały zorganizować własnych biur ogłoszeniowych i pomiędzy niemi a przemysłem i handlem stoi cały szereg pośredników i biur ogłoszeniowych, kantorów, akwizytorów i t. d. W okresie ostatnich dziesięcioleci, kiedy rozbrzmiewały powszechnie hasła: precz z pośrednictwem i powstawały wszelkiego rodzaju spółdzielnie rolnicze, spożywcze, kredytowe itd., prasa dokładała wszelkich starań, dla krzewienia tego ruchu i zwalczania pośrednictwa, a tymczasem u siebie, w własnem gospodarstwie dopuściła do nadzwyczajnego rozpanoszenia się pośrednictwa w dziale ogłoszeniowym. W wyniku tego kantory i biura ogłoszeniowe kwitną, lub do niedawna przynajmniej kwitły. Czasopiśmiennictwo przeżywa kryzys. Doszło do tego, że ujawniono wvpadki, gdy z 80 zł. jakie wpłaciła za ogłoszenie firma, do kasy pisma wpłynęło 16, reszta utonęła w kieszeni pośredniczącego biura.

Biura ogłoszeniowe i akwizytorzy stanowią jakąś specjalną chorobę naszego czasopiśmiennictwa, która, kto wie, czy nie jest główną i zasadniczą przyczyną jej słabego rozwoju. Niezrozumiałem jest wprost, dlaczego one powstały w tak wielkiej ilości i jak można było dać się tak rozwinąć temu pasorzytowi, wyciągającemu soki z organizmu prasowego.

Przyczyn powstania tego raka szukać należy zapewnie nie w prasie, lecz w właściwościach psychicznych naszego kupca. Dziś jeszcze nie rozumie on znaczenia i potrzeby reklamy (mowa zresztą przeważnie o kupcu w dawnej Kongresówce, gdyż inne dzielnice stoją, zdaje się, wyżej pod tym względem) i dopiero od kilku miesięcy organ kupiectwa warszawskiego „Tygodnik Handlowy“ zajął się z zasługującą na zupełne uznanie energją i pilnością tłumaczeniem swoim czytelnikom, jak ważnym czynnikiem w handlu jest reklama, jak się na niej znać i umiejętnie ją prowadzić potrzeba. Przedstawia on też swoim czytelnikom, że w Ameryce kryzys nie tylko nie wpłynął na zmniejszenie środków, łożonych przez firmy handlowe i przemysłowe na reklamę, lecz przeciwnie wszyscy znacznie je powiększyli, bo wszyscy rozumieją, że jedynym środkiem walki z kryzysem są ogłoszenia, ogłoszenia i ogłoszenia.

„Tygodnik Handlowy“ tłumaczy swoim czytelnikom, jaka jest różnica pomiędzy „reklamą“ a „reklamą“ i dowodzi, że celem reklamy jest spopularyzowanie danych wyrobów, gdy te wyroby są niewiele warte, reklama osiągnie odwrotny skutek: wszyscy je znać będą jako partackie i starannie unikać ich będą. Reklama osięga cel, gdy objekt reklamowy rzeczywiście jest wartościowy i ma zalety, wyliczane przez ogłoszenie. Zasada: „świat chce być oszukiwany i należy go oszukiwać“, właśnie w handlu nie obowiązuje i jeden klient, wprowadzony w błąd fałszywą reklamą, więcej zaszkodzi, niż sto ogłoszeń pomoże.

„Tygodnik Handlowy“ dowodzi nawet, że jest rzeczą konieczną powołanie do życia w Wyższej Szkole Handlowej, katedry reklamy, której zadaniem byłoby wpojenie w adeptów stanu kupieckiego przekonania, że reklama jest nietylko czynnikiem konkurencji poszczególnych przedsiębiorstw pomiędzy sobą, lecz stałego budzenia i rozwijania potrzeb szerokich rzesz konsumentów, jest jedną z ważniejszych sił w rozwoju dynamiki spożycia i t. d.

Czytając te słowa, każdy wydawca powtórzy tendencje filozofa chińskiego: „przyjemnie jest słyszeć mądre słowa“ i nic mu nie pozostanie, jak wyrazić tylko żal, że pp. rzecznicy kupiectwa polskiego nie wzięli do propagowania tych zasad ot tak z dziesięć lat temu. I obecna propaganda przyniesie niezawodnie owoce, a działalność „Tygodnika Handlowego“ oraz sekundującej mu „Reklamy“ wpoi pewnie w nasze kupiectwo należyte zrozumienie o pożytku i znaczeniu ogłoszeń, ale nim to nastąpi, wiele lat upłynie. Nim się zbierze plon trzeba zaorać niwę, uprawić ją i unawozić, zasiać i czekać póki ciepło, światło, siły przyrody nie zrobią swego. Lata przejść mogą, nim proste prawdy propagowane przez osoby i instytucje powyższe zostaną kupiectwu przyswojone.

Zresztą, poco owijać rzeczy w bawełnę. Kupiec i przemysłowiec amerykański umie walczyć i walczy z kryzysem ogłoszeniami, ogłoszeniami i ogłoszeniami, wydaje pieniądze, by powiększyć zysk, gdyż te pieniądze jeszcze ma. W gorszem położeniu już jest jego kolega i konkurent angielski, który już nie ma za co ogłaszać się. Stąd kryzys ogłoszeniowy w pismach angielskich (vide „Prasa“, zeszyt 2 z r. 1931), który jest szczególnie dotkliwym dla wielkich dzienników, gdyż ich koszta własne znacznie przewyższają dochody z prenumeraty i kolportażu i muszą być w poważnym stopniu pokrywane dochodami z ogłoszeń.

Jeżeli tak jest w Anglji, to co powiedzieć o zdolnościach „ogłoszenio-dawczych“ u nas, przy naszym kryzysie gotówkowym, drożyźnie kredytu, zaniku siły nabywczej śród społeczeństwa, nieznośnych podatkach. Oczywiście przemysł i handel nie mają się za co reklamować, nauki przydadzą się im jednak, ale skorzystają z nich wtedy, gdy konjunktury się poprawią.

Otóż do niedawna w Warszawie i całej Kongresówce przemysłowiec i kupiec uważał ogłaszanie się w gazetach za coś niesolidnego, nielicującego z jego godnością i powagą, co dobre jest może dla jakichś mydełek, perfum, lub fotografij lekkiej treści, lecz nie dla objektów naprawdę potrzebnych nabywcom. To też nie tylko niezamieszczał ogłoszeń, lecz zato umieszczał na drzwiach wchodowych swego biura zredagowany w formie mniej lub bardziej prowokująco-obraźliwy napis tej treści: „agentów ogłoszeniowych (nie nazywano ich jeszcze wówczas akwizytorami) nie przyjmuje się w żadnych godzinach, ani rannych, ani popołudniowych“.

Napisy te, istniejące zresztą dotąd w wielu miejscach, to najlepszy dokument, charakteryzujący stosunek handlu i przemysłu polskiego do reklamy prasowej. Nie chcieli oni ani wiedzieć, ani słyszeć o ogłoszeniach, a pomimo to znajdowali się ludzie młodzi, energiczni, potrzebujący żyć (od tego czasu akwizytor uchodzi za najodważniejszych z ludzi, jacy w stosunkach cywilnych pomyśleć się dają), którzy pomimo napisów, pomimo wyraźnych i surowych instrukcyj, jakie posiadali portjer i woźni, docierał do szefa, rozpoczynał rozmowę, i dzięki swoim walorom, a głównie znajomości psychologji, oraz studjom i wywiadom, przeprowadzonym uprzednio, akwizytor nie tylko wychodził z obstalunkiem w kieszeni, ale z życzliwością szefa już na całe życie.

Czem on go umiał wziąć, to już było w każdym wypadku poszczególnym tajemnicą handlową akwizytora, dość że wziął, a wziąwszy, dokradał się w łaski tak dalece, że ten (może przekonawszy się, że reklama to jednak nie szkodzi i koszta okupuje) nie dawał ogłoszeń inaczej, jak przez swego ulubionego akwizytora, on tylko jeden umiał mu dogodzić, ułożyć ogłoszenie tak, że się szefowi podobało, wmówić weń, w jakich pismach należy się reklamować i akwizytor, mając już jednego dobrego klienta, pewny siebie, rozzuchwalony powodzeniem, bogaty doświadczeniem, szedł na nowe podboje.

Że przecie każdy człowiek ma swego mola, a każde stworzenie boskie wroga zajadłego, więc miał i akwizytor takiego wroga w osobie administratora pisma, które obsługiwał. Ponieważ, jak wiadomo, w Polsce każdy musi być wielkim, nad kimś przewodzić i dawać mu uczuć swoją wielkość, więc akwizytor miał nad sobą administratora pisma, który za cel i zadanie swego życia uważał dokuczać akwizytorowi, znęcać się nad nim i wyszukiwać powody, dla których na zupełnie legalnej podstawie mógłby go z wydawnictwa wygryść. Nie chcę naturalnie twierdzić, by wszyscy akwizytorzy i zawsze prowadzili rachunki i inkaso porządnie, by nie rościli sobie nieuzasadnionych pretensyj do nienależącej się im prowizji, ale pozostaje w mocy twierdzenie powyższe, administrator, przeważnie człowiek nie o szerokim locie, słabo się orjentujący w pojęciu słuszności i często jaknajopaczniej interpretujący pojęcie o prawie i obowiązku, akwizytora gnębił, akwizytor zaś tylko marzył o tem, jakby się z pod jego władzy wyzwolić, otworzyć własne „biuro ogłoszeń“.

Kapitałów na to krociowych nie trzeba było, wystarczył: lokal (czytaj pokój na drugiem piętrze w oficynie), biurko, parę krzeseł dwa szyldy, jeden od ulicy przy bramie, drugi na drzwiach mieszkaniowych, na razie można było się kontentować, tylko się kontentować tym drugim szyldem, gdyż pierwszy wymagał wykupienia świadectwa przemysłowego i telefon, bez którego nie można było się obejść. Tym sposobem przy pomocy prostych i niezbyt kosztownych środków akwizytor zamieniał się w szefa biura ogłoszeń, zaczynał korzystać z usług innych akwizytorów i żył nienajgorzej.

Oto geneza biur ogłoszeniowych. Wielu z rozpoczynających karjerę rozczarowało się wkrótce, wzięło się do innego fachu, wielu „na skutek intryg“ administratorów pism, lub rzadziej bezwzględnych klientów, z wyroku sądów za kraty trafiło, ale wielu wyrobiło się, rozwinęło stosunki, cieszy się zaufaniem rozmaitych szefów, którzy doszli nareszcie do przekonania, że ogłoszenia są pożyteczne, że osięgają cel. Do biur pism zwracają się tylko drobni klienci (zresztą najkorzystniejsi, gdyż jest ich wielu), większe firmy przemysłowe i handlowe nie potrafią się obejść bez usług biur bądź typu opisanego powyżej, bądź nowożytnych, często międzynarodowych, kaucjowanych, rozporządzających licznym personelem i znacznym kapitałem zakładowym.

Pewne biura ogłoszeń są plagą naszego dziennikarstwa.

Biura ogłoszeń popierają mnóstwo pism nieżywotnych, nie mających żadnej racji bytu, ale dających 80% rabatu, dlatego też prasa powinna wydać wojnę takim biurom i je zwalczać.

Związek Wydawców w porozumieniu się ze Związkiem Reklamowym mogliby usunąć wiele niedogodności w organizacji naszego piśmiennictwa.

Wacław Ciechowski.

Rozmaitości

Odczyt na aktualny temat. Staraniem oddziału poznańskiego Stowarzyszenia Polskich Dziennikarzy i Publicystów Gospodarczych znany ekonomista Dr. Roger Battaglia wygłosi odczyt n. t.: „Przyszłość naszego bilansu handlowego ze szczególnem uwzględnieniem przewrotu walutowego“. Odczyt ten zostanie wygłoszony w sali 17-tej Collegium Minus U. P., w piątek, w dn. 23-cim października rb., o godzinie 20-tej.

Zmiana na stanowisku naczelnika wydziału prasowego. Dotychczasowy naczelnik wydziału prasowego M. S. Z. p. Leon Chrzanowski ustąpił; na stanowisko to powołano p. Przesmyckiego, który urzędowanie objął dnia 12. b. m.

Wiadomości z firm

„Śląska Spółka Wydawnicza“, Sp. z o. o. w Katowicach. Do rejestru handlowego w Katowicach wpisano w dniu 7. lipca 1931 firmę: „Śląska Spółka Wydawnicza“, Spółka z ogr. odp. w Katowicach. Przedmiotem przedsiębiorstwa jest prowadzenie przemysłu wydawniczego i handel księgarski. Kapitał zakładowy wynosi 20 000 zł.

PRZEGLĄD PAPIERNICZY

Organ Rady Zrzeszeń Kupiectwa Gałęzi Papierniczo-Piśmienniczej z siedzibą w Warszawie

Zdrowe zasady kupieckie na usługach walki z kryzysem

Z kimkolwiek spotkamy się, słyszymy równobrzmiące narzekania: obroty ścieśniają się gwałtownie, frekwencja klienteli się zmniejsza, odbiorcy mają coraz mniej gotówki, zdolność ich nabywcza i płatnicza pogarsza się stale, straty wzrastają — co wypada czynić? — jak groźnemu objawowi wpływu kryzysowego zapobiec? W uwzględnieniu przykrej nad wyraz sytuacji, w niejednych już artykułach ostatnio zamieszczanych wskazywaliśmy na istniejącą w branży papierniczo-piśmienniczej możliwość ożywienia obrotów i przełamania choć w pewnej mierze zastoju; dziś przytoczymy środki i sposoby w oparciu o zdrowe zasady kupieckie, zdolne osłabić zgubny wpływ przeżywanej depresji.

W pierwszym rzędzie wyzbyć nam się trzeba przesadnego pesymizmu, który dotychczas w praktyce życia nie zdołał uratować żadnego zachwianego przedsiębiorstwa. Pesymizm i bezsilna rezygnacja to objawy słabości i bezproduktywności w chwili, gdy potrzeba rozwagi i energicznego działania z ufnością we własne siły a co jedynie zdoła zapewnić nam przyszłość. Pocóż tedy tyle biadania i narzekania? Kto za dużo niejednokrotnie i nieroztropnie biada, szkodzi własnej zdolności kredytowej i podcina zaufanie dostawców do swego przedsiębiorstwa. Przykazaniem chwili, wykorzystać zdrowe zasady kupieckie w kierunku walki z kryzysem i w mocnem przeświadczeniu, że po ciężkiej fazie zastoju, wyczerpana absencja odbiorców otworzy wreszcie luki normalnych potrzeb i powolnie ożywi obroty. Z tej przeto racji nie wolno nam ogołacać asortymentu towarów w handlu a jedynie ścieśniać w miarę zachodzącej i nieuniknionej potrzeby jego zapasy ilościowe, by tym sposobem utrzymać płynność i prężność zdolności dostawczej przedsiębiorstwa handlu detalicznego.

Jeżeli obroty spadają, musimy natenczas koszty ogólne nagiąć możliwie do jego stosunku, w przeciwnym razie wyzbywamy się zysku a jego miejsce zajmą straty. Możemy przecież zarabiać i na zmniejszonym obrocie, skoro w odpowiednio procentualnym stosunku zmniejszymy także koszty. Weźmy tu jako podstawę następujący przykład: normalny ogólny obrót wynosi 240 zł złożony z trzech pozycji: zakup 150 zł, koszty ogólne 75 zł, czysty zysk 15 zł. Gdy, opierając się na tej podstawie obrót nasz zmniejszy się o 25% podstawowa rachuba według zasad kupieckich przedstawiałaby się tak:

normalny obrót ogólny:	240 zł	
ubytek 25%	60 „	= 180 zł

Zatem wskazane trzy pozycje ulec winny odpowiedniej zmianie i to:

Zakup	112,50 zł	
Koszty ogólne 75 — 25%	56,25 „	
Zysk	11,25 „	= 180 zł

Jakże inaczej przedstawiać będzie się sytuacja, jeżeli pomimo obniżenia się obrotu, nie ścieśnimy kosztów ogólnych; rachunek nasz wypadłby bowiem następująco:

normalny obrót ogólny	240 zł	
ubytek 25%	60 „	= 180 zł
Zakup	112,50 zł	
Koszty ogólne jak podstawowo 75		= 189,50 zł
Zatem niedobór		9,50 „

Przyznać trzeba, ze w teorji i na papierze sprawa ta przedstawia się bardzo łatwo, jednakże w praktyce utrzymanie tej zasady, zwłaszcza w obecnie ciężkiej sytuacji, napotyka na niezmierne trudności, gdyż niejedne pozycje kosztów ogólnych jak podatki, świadczenia socjalne itp. są anormalnie wysokie. A jednak, pomimo wszystko, kryzys przetrwać zdołają jedynie te przedsiębiorstwa, które przełamią wszelkie trudności i powyższą zdrową zasadę przeprowadzą w szczegółach. Kryzys jest wypływem braku kapitału Nikt nie posiada tyle pieniędzy ile potrzebuje. Skoro zatem w czasokresi tego rodzaju kryzysu z wykazującej coraz większe braki substancji kapitału obrotowego notować będziemy z każdym miesiącem nowy i dalszy odpływ w postaci niedobór i strat, wkroczymy na niebezpieczną drogę pochyłej, po której łatwo stoczyć możemy się w przepaść. Wobec tego: zmniejszy się obrót o 25%, musimy ograniczyć koszty ogólne również o 25% i od tej nieuniknionej maksymy nic nas uchronić nie zdoła. Jak wspomnieliśmy już wyżej, niektórych pozycji kosztów ogólnych zmienić nie można np. czynszu dzierżawnego za lokal, wówczas poddać trzeba gruntownemu zbadaniu wszystkie inne pozycje, by nie naruszając sprawności przedsiębiorstwa, mimo to obniżyć ogólne koszty do niezbędnego poziomu.

Odpowiednio do zmniejszonego obrotu, dostosowaną być musi także wartość magazynu. W towarach zmagazynowanych ulokowana jest pewna i to znaczna część kapitału obrotowego, im częściej kapitałem tym obrócimy, tem większy osiągamy zysk. Gdy przedsiębiorstwo osiągnęło w ciągu roku 50.000 zł obrotu przy stanie magazynu 10.000 zł, natenczas inwestowanym w towarze kapitałem obróciliśmy pięciokrotnie. Przy spadku obrotów do sumy 40.000 zł a niezmienionym stanie wartości magazynu 10.000 zł, obróciliśmy kapitałem tylko czterokrotnie, zatem osiągnięty zysk w stosunku do kapitału byłby znacznie mniejszy. Chcąc obrócić kapitałem nadal pięciokrotnie, musimy wartość magazynu obniżyć z 10.000 zł na 8.000 zł.

Procentualny stosunek dodatku doliczanego przez kupca detalistę na cenę zakupu, zależny jest również od tego, ilokrotnie w ciągu roku danym towarem a więc ulokowanym w nim

kapitałem obrócić możemy. Zrozumiałem, że przy towarach luksusowych, któremi obracamy raz lub najwyżej dwukrotnie w roku stawka zarobkowa musi być wyższa niż przy towarach powszedniego użytku, jakiemi mniejsze względnie większe obroty dokonujemy dziennie, to znów w ciągu dni 14, czy 3 tygodni itd. Stawka zarobkowa in brutto przy towarach pierwszej potrzeby a zbytu masowego ujęta być może od 5 do 25%, natomiast w branży papierniczo-piśmienniczej rozpiętość skali i jej wysokość zależnie od gatunku, rodzaju i żywotności zbytu wynosi 50 do 60%, a przy wielu towarach luksusowych do 100%. Zasada ta jest zupełnie logiczną, jasną i zrozumiałą bo: jeżeli tym samym kapitałem zarobić zamierzamy 100, a możemy nim tylko raz w roku obrócić, musimy 100 doliczyć, gdy przy dziesięciokrotnym obrocie w równym czasokresie dla osiągnięcia równomiernego zarobku wystarcza stawka 10, ponieważ 10×10 = 100. Z powyższego wypływa wniosek, że wartość magazynu, zredukowaną być musi w stosunku do obniżającego się obrotu, a gdy tego zaniechamy, popadniemy w trudności gotówkowe. Gotówkę wczas uwolnioną przez ilościowe zmniejszenie zapasu towarów w magazynie, zdołamy wyrównać zobowiązania nasze wobec dostawców bez zaciągania nowych a w obecnym okresie niebezpiecznych długów, przeobrażających się później w pętlicę, ściągającą coraz dotkliwiej gardło aż do zupełnej utraty tchu.

W dziale handlu artykułów papierniczo-piśmienniczych ważną jest rzeczą przezorne asortowanie magazynu, uczy nas bowiem doświadczenie, że nic nie wyolbrzymia do tego stopnia kosztów, jak przesadnie utrzymywany „wielki wybór“. Z pośród wszystkich niemal artykułów mamy gatunki lub numery rzadko poszukiwane oraz cieszące się żywszym popytem. Podczas redukcji stanu ilościowego towarów w magazynie, trzeba nam umiejętnie dobrać asortyment, by w towarach ulokowanym kapitałem móc częściej obracać. Nie kupujmy towarów, zgóry skazanych na długie magazynowanie, cóż nam np. potrzebne bloczki o jednej cenie a w sześciu lub siedmiu wykonaniach i gatunkach, zbędnemi zupełnie są 30 gatunków stalówek, by mieć wybór, skoro 10 z nich zaliczamy do towarów poszukiwanych o szerszej i zapewnionej konsumcji. Miejmy na składzie te artykuły, których publiczność się domaga.

Wiemy o tem wszyscy, że pod wpływem ogólnego i w nieskończoność przewlekającego się kryzysu, nastąpiło powszechne zubożenie szerokich mas konsumentów i obniżenie zdolności nabywczej. Kupiec-detalista musi tedy z konieczności dostosować asortyment towarów pod względem gatunków i ceny do współczesnych warunków i wymogów, narzuconych przejawami życia gospodarczego. Trzeba nam uwzględnić wszędzie ujawniającą się skłonność do nabywania towarów tańszych, choćby przy ostrożnem przyciągnięciu stawki zarobkowej. Wykorzystanie zdrowych zasad kupieckich w walce z kryzysem, dopomoże nam do przetrwania krytycznych czasów bez głębszego wstrząsu.

Wpływ światła promieni słonecznych na papier

Jeżeli położymy cztery równe kawałki papieru czysto białego i o różnej jakości obok siebie na dość silnym kartonie lub desce do rysowania i nakryjemy je do połowy arkuszem czarnego papieru, tj. takim, w jaki opatruje się światłoczuły papier lub klisze fotograficzne i wystawimy je na słońce, wtedy okaże się po 24 godzinach, że połowa odsłonięta będzie ciemniejsza od zasłoniętej czarnym papierem. Miejsca oświetlone będą

1. na papierze o zawartości 90 proc. miazgi drzewnej i 25 proc. celulozy (papier gazetowy) ciemno-brunatne,
2. na papierze o zawartości 75 proc. celulozy i 25 proc. miazgi drzewnej (średnia jakość papieru do pisania) lekko-brunatne,
3. na papierze o zawartości 90 proc. celulozy i 10 proc. miazgi drzewnej (lepszy papier do pisania) prawie że niezbrunaciałe,
4. na papierze z czysto-białych szmat (najlepszy papier czerpany), bez zmian czyli że połowa naświetlona będzie co do białości taka sama jak zasłonięta.

Z tego wynika, że im lepszy co do jakości jest papier, tym więcej odporny jest on na promieni słoneczne, a zatem światłotrwały. Jeżeli czas naświetlania będzie dłuższy tj. około 48 plus 72 plus 96 godzin, wtedy najlepszy nawet papier czerpany ucierpi pod wpływem światła słonecznego. Pomijam tutaj wyszczególnione pod pkt. 1 i 2, które wskutek rozkładu swych składników zaczną się rozpadać. Co się więc okazuje? Otóż to, że klejenie żywicze przeszło w reakcję chemiczną i zatraciło swój pierwotny chemiczny związek atomo-molekularny.

Mówimy więc, że światło słoneczne wywołało zżółknięcie papieru, nie badając nawet przyczyn tego zajwiska. Przeciw temu niepożądanemu objawowi stosujemy zazwyczaj niedostateczną ochronę, zamiast od razu przejść do środków radykalnych i stać się panem tego zjawiska.

Mówimy przecież o barwach stałych i światłotrwałych! Żeby to zrozumieć musimy rozejrzeć się troszeczkę w nauce. Do około połowy ubiegłego stulecia panowały na ten temat dwa poglądy. 1. Newton dowiódł swemi doświadczeniami, spowodowany do tego pracami optyka Fraunhofera, wynalazcy ciemnych linij, t. zw. fraunhoferofskich, że światło słoneczne, przechodząc przez pryzmat dzieli się na 7 głównych barw. 2. Goethe natomiast w swej nauce o barwach wychodzi z założenia, że światło słoneczne stanowi niepodzielną całość i że pryzmat — jako szkło — odzwierciedla te barwy. Czyj pogląd jest słuszny, w następnem wyjaśnimy.

Na temat żółknięcia papieru ukazała się w ostatnich dniach praca dr. Schockera, który twierdzi, że jakkolwiek światło dzienne może być przyczyną żółknięcia papieru, to jednakowoż i to głównie, objaw ten należy przypisać złej jakości papieru. Dalej twierdzi on, że klejenie żywicze rozkładając się pod wpływem promieni cieplnych, przedewszystkiem wpływa na żółknięcie. Do zdania tego przychyla się nawet Zschocka. Klemm natomiast mniema, że żółk-

nięcie papierów bezdrzewnych przypisać należy połączeniom mydlanym żelaza (w wodzie) z ciałami żywiczemi i tłuszczami. Schockerowi jednak należy przyznać słuszność, że czyste papiery szmaciane przetrwały nieraz wieki całe, nie wykazują śladów brunatnych ni żółtych.

Z powyższego wynika, że im mniej miazgi drzewnej zawiera papier, tem mniej zżółknie. Dobre papiery wyrabia się z celulozy, średni natomiast gatunek z mieszaniny drzewnej i celulozy i z papki drzewnej, zmieszanej z szmatami.

Celulozę wyrabia się również z miazgi drzewnej, którą poddaje się chemicznemu procesowi (gotowanie w próżni), podczas którego czyste włókna drzewka zamieniają się w celulozowe, nie posiadające ujemnych własności drzewa. Proces ten przypomina wyrób masła, które przecież nie jest mlekiem. (z)

Rumuński przemysł papierniczy

Rumuński przemysł papierniczy, podobnie jak w Polsce, pracuje wyłącznie na surowcach krajowych a mimo pozornie tych pomyślnych warunków rozwojowych, nie jest zdolen na własnym rynku współzawodniczyć z wyrobami obcokrajowemi i domaga się coraz to wyższych ceł ochronnych. Sprawa ta stała się tematem żywej dyspóty między sferami kupieckiemi branż, głównemi konsumentami i przetwórcami a fabrykantami papieru. W oświetleniu tych ostatnich sytuacja przedstawia się następująco:

Ceny na surowce dla przemysłu papierniczego na rynku krajowym obniżyły się wprawdzie a szczególnie na papierówkę, jednakże w równym czasokresie ciężary i świadczenia na rzecz rumuńskiego skarbu państwa wzrosły niepomiernie. Władze kolejowe podwyższyły znacznie stawki przewozowe tak, że nawet materjały opałowe oraz ropa napędna pochodząca z rumuńskich centr naftowych, naskutek odległej przestrzeni przewozowej kalkuluje się obecnie drożej. W ślad za koleją kroczy poczta, podwyższająca taryfę za wszelkie niemal czynności, władze centralne rządowe poprzez nadmierne już i tak wyśrubowanie podatków występują z coraz to dalszemi i nowemi podwyżkami podatków, niemniej wszystkie inne urzędy i władze podwyższają świadczenia za swoje usługi użyteczności publicznej.

Przemysł papierniczy od dłuższego już czasu zmuszony był pod działaniem ogólnej niepomyślnej konjunktury przeprowadzić znaczną redukcję produkcji i większa część fabryk pracuje tylko cztery dni w tygodniu. Zarobków robotniczych jednakże nie było można obniżyć w dalszej mierze, przeciwnie w uwzględnieniu ogromnej biedy i nędzy ogarniającej szerokie masy robotnicze, przemysł pomimo redukcji czasu pracy do ⅔ wypłacał dotychczas robotnikom, zatrudnionym w papiernictwie, pełne zarobki tygodniowe w myśl taryfy. Zaznaczyć tu wypada, że w Rumunji niema państwowego ubezpieczenia robotników na bezrobocie i wobec tego wsparć bezrobocia z tytułu ustawy się nie wypłaca.

Przeprowadzona w ostatnim czasie podwyżka stawek celnych na import papieru i wyrobów papierniczych niema podobno z normowaniem cen na papier wyrobu krajowego nic wspólnego, a stała się wypływem dalszych współczynników. Ceny na papier pochodzenia rumuńskiego z dniem 6 kwietnia r. b. obniżone zostały przeciętnie o 6 procent. Natomiast podwyżka ceł nastąpić musiała z konieczności, by uchronić kraj przed zgubnym wpływem handlu dumpingowego, uprawianego przez przemysł papierniczy Niemiec i Czechosłowacji, a którego skutki byłyby się bardzo ujemnie odbiły na stanie zatrudnienia rodzimego przemysłu.

Na terenie rumuńskiego rynku nie można i tak zupełnie wykluczyć współzawodnictwa zagranicy, gdyż ludność, przywykła od lat do niektórych gatunków papieru i wyrobów, przyznaje wyrobom obcokrajowym bezwzględne choć często nieuzasadnione pierwszeństwo, zmuszając temsamem kupiectwo wprost do importu niektórych artykułów. — I tak pewna rumuńska fabryka przednich gatunków papieru, umieściła znak wodny własny, wskazujący na produkcję krajową i wskutek tego spotkała się z zarzutami ze strony najgłówniejszych hurtowników, którzy ten gatunek papieru sprzedawali pod obcą nazwą, znajdując dlań dobry i łatwy zbyt, co jednak zmieniło się na niekorzyść przez umieszczenie nieszczęsnego znaku wodnego.

Ścieśniające się możliwości zbytu na własnym rynku, to także współczynnik niepomyślnego stanu, ponieważ przy zredukowaniu wytwórczości ujawnia się jeszcze nadprodukcja. Poważniejsi hurtownicy pod wpływem braku środków obrotowych i ciasnoty gotówkowej zmniejszają wydatnie swoje zapasy magazynowe. Gdy dawniej średnio asortowany magazyn hurtownika wynosił 600 do 700 tonn papieru, dziś posiada on na składzie zaledwie 70 tonn. Kupiec-detalista branży papierniczej dla równych przyczyn i zmniejszonych obrotów ograniczył swoje zapasy do jednej piątej dawniejszego stanu. Dla dokompletowania obrazu wspomnieć jeszcze wypada ogromną oszczędność na papierze i drukach, zaprowadzoną we wszystkich władzach i urzędach ogólnej administracji i gospodarki krajowej.

Poza wskazanemi przyczynami wytworzenia na rynku rumuńskim nadprodukcji papieru wspomnieć jeszcze wypada, że w czasokresie od roku 1922 do 1929 wytwórczość krajowa wzmagała się corocznie o 10 proc. przeciętnie, a w roku 1930 nastąpiło załamanie się konsumcji, która w porównaniu z latami poprzedniemi cofnęła się o 11 proc., zaś w roku bieżącym konsumcja wewnętrzna dozna dalszego jeszcze spadku. Sfery fachowe wyrażają przekonanie, że skoro w najbliższym czasie nie nastąpi odprężenie krytycznej sytuacji, natenczas większa część papierni rumuńskich zakończy bieżący rok obrachunkowy z mniejszemi lub większemi stratami. Z chwilą natomiast polepszenia się sytuacji, która umożliwiłaby pełne uruchomienie zakładów fabrycznych, byłaby ewentualnie możność dalszej obniżki cen na papier wytwarzany przez fabryki rumuńskie.

Analizując zilustrowaną powyżej sytuację w Rumunji, nie trudno doszukać się wielu analogji zgodnych z położeniem na polskim rynku papierniczym.

Z filatelistyki

Watykańskie znaczki pocztowe. Państwo watykańskie wydało ostatnio nową serję znaczków pocztowych z podobizną Piusa XI. Była to nielada sensacja dla oczekujących na „nowości" filatelistów.

Jubileuszowe znaczki pocztowe. Z okazji przypadającej w lutym 1932 r. 200-lecia urodzin Waszyngtona Ministerstwo Poczt i Telegr. zamierza wydać specjalne znaczki pocztowe z Jego wizerunkiem.

Rozmaitości

Zebranie Koła Papierników. 22 b. m. o godz. 8,30 wieczorem odbędzie się w Warszawie w lokalu Stow. Kupców Polskich, ul. Szkolna 10, miesięczne zebranie Koła Papierników. Na zebraniu omawiane będą sprawy organizacyjne i obecna niezbyt pomyślna konjunktura gospodarcza.

Uruchomienie fabryki Soczewki. Polsko-szwedzkie towarzystwo „Papyrus" w Soczewce, po dojściu do porozumienia z byłym zarządem, uruchomiło fabrykę papierniczą, która ogłosiła upadłość w lipcu r. b. Fabryka zatrudni obecnie 400 pracowników

Papier eukaliptusowy na gazety. Dzienniki australijskie są drukowane dotychczas na papierze sprowadzanym z Europy i z innych części świata. Obecnie — jak podaje prasa australijska — Australja pragnie zaprzestać importu papieru, mimo, że dotychczasowe próby produkowania go u siebie z różnego rodzaju rodzimych mas drzewnych okazały się niefortunne, gdyż drzewo tamtejsze jest zbyt twarde. Okazało się bowiem, jak podaje organ austrjackich wydawców gazetowych „Der Zeitungsverleger" — że wynaleziono ostatnio sposób, który pozwala na produkowanie trwałego papieru gazetowego z włókien eukaliptusowych.

(— i —)

Eksport masy drzewnej z Finlandji. We wrześniu rb. eksport masy drzewnej z Finlandji wynosił 17 429 tonn wobec 20 995 tonn w odpowiednim miesiącu r. ub. W czasie od stycznia do września rb. eksport masy drzewnej wynosił 149 462 tonn wobec 147 629 tonn w analogicznym okresie roku ppoprzedniego.

Eksport papieru z Finlandji. We wrześniu rb. eksport papieru wynosił 24 234 tonn wobec 20 593 tonn we wrześniu r. ub. W czasie od stycznia do września rb. eksport papieru fińskiego wynosił 201 063 tonn wobec 189 864 tonn w odpowiednim okresie r. ub.

(p) **Unieruchomienie fabryki celulozy w Czechosłowacji.** Fabryka celulozy we Wracimowie koło Ostrawy wypowiedziała pracę 300 robotnikom w związku z mającem nastąpić uruchomieniem fabryki z dn. 15 b. m. Przyczyną unieruchomienia fabryki jest brak zbytu i wielkie nagromadzenie zapasów.

Szkło konkurentem obić papierowych. Rozwinięta współcześnie do przepotężnej gałęzi produkcyjnej we wszystkich niemal krajach kulturalnych wytwórczość obić papierowych, stojąca na szczytnym poziomie doskonałości technicznych, znapotykała w okresie swego rozwoju na niejeden już produkt konkurencyjny, który jednakże po pewnym czasie znikał z pola walki kompletnie pokonany. Wystarcza tu wspomnieć o wzorzystych tkaninach tapetowych oraz o ostatnio w Ameryce podjętej znów produkcji tapet ze skór świńskich itd. Produkty te istnieją wprawdzie jeszcze do daty dzisiejszej, lecz nie stanowią one absolutnie żadnej konkurencji dla niezmiernie tanich obić papierowych. — Obecnie donoszą o niezwykłym wynalazku pewnej huty szklanej w Lanschas, która wytwarzać poczęła światło-trwałe, stałe na wytrzymałości farby i zmywalne obicia ścienne czyli tapety ze szkła w nowoczesnym, gustownym doborze wzorów. Czy tapety szklane wytrzymają konkurencję tradycyjnych obić papierowych wykaże najbliższa przyszłość.

Czy reklama opłaca się w okresie kryzysu? Zagadnieniem powyższem zainteresowało się bliżej wydawnictwo poważnego czasopisma „The Sadurday Evening Post" w Ameryce, które na podstawie przeprowadzonego materjału dowodowo-statystycznego, sięgającego dziesięć lat wstecz, uzyskać zdołało następujący rezultat, równie interesujący wszystkich przedstawicieli przemysłu i handlu. Otóż 184 poważne firmy amerykańskie, z których każda wydawała na reklamę i propagandę rocznie okrągło 150.000 dolarów, zmieniły w roku 1921 odznaczającym się kryzysem częściowo swoją dotychczasową taktykę. I tak 125 firm ograniczyło w mniejszym lub większym stopniu swój etat reklamowy, natomiast 59 zwiększyło w tym czasie wydatki na reklamę. U ostatnich obroty początkowo się nieco zmniejszyły, lecz niebawem poczęły mimo kryzysu stale wzrastać, natomiast skutek w owych 125 przedsiębiorstwach, które w budżecie reklamowym zastosowały politykę oszczędności, był wprost katastrofalny, gdyż poniosły one w następnych latach dotkliwe straty. Dopiero w czasokresie polepszania się konjunktury w roku 1924 dźwignęły się znów powoli, wyrównując doznany ubytek. Podobne wyniki celowej i umiejętnie zorganizowanej reklamy stwierdzono w latach kryzysu 1929 i 1930. Wspomniane czasopismo wywody swoje kończy następującą uwagą: Na pytanie, „czy reklama opłaca się w czasie kryzysu?" odpowiedzieć można w ogólności wobec powyższych faktów potwierdzająco. Jest znacznie trudniej zaniedbaną i przez to utraconą klientelę znów pozyskać ponownie, niż przez dobrą propagandę podtrzymywaną także w czasokresie kryzysu, pozyskać spożywców na swych odbiorców. — Jakże daleko od tych zasad co do skuteczności reklamy odbiegają zapatrywania przeważnej części naszych sfer przemysłowych i handlowych w Polsce.

Wiadomości z firm

Polska Fabryka Wyrobów Papierowych „Pol" Sp. z o. o. w Poznaniu. Na wniosek powyższej firmy, Sąd Grodzki w Poznaniu otwarzył postępowanie układowe. Firma proponuje 50%. Pretensje należy zgłosić do dnia 4 listopada 1931 r. w Sądzie Grodzkim.

Telefon nr. 25-55 — Adres Redakcji i Administracji: Poznań, ul. Masztalarska 8 — P. K. O. Poznań 202 868

Ostatni materjał redakcyjny przyjmuje się do poniedziałku godz. 18-tej. — Przedruk artykułów dozwolony tylko za zgodą redakcji — całego resztującego materjału informacyjnego w naszem słowabrzmieniu tylko za podaniem źródła.

Przedpłata kwartalna na urzędach pocztowych zł 12,—. Dla członków Korporacyj (tylko za przesłaniem należytości do administracji) zł 6,—. Dla pracobiorców przedpłata ulgowa.

WYDAWCA: Hurtownia Drukarska Spółka z o. odp. w Poznaniu, ul. Masztalarska 8. — Redaktor: Teodor Kryg w Poznaniu.

Czcionkami Sp. Akc. Drukarnia Polska w Poznaniu, św. Marcin 70.